



MENAXHIMI I OPERACIONEVE

Hyrje në Menaxhimin e Operacioneve

Ligjërat 2

Dr. sc. Bislim Lekiqi

1

Përmbajtja e ligjëratës:

- ☐ Çfarë përfaqëson Menaxhimi i Operacioneve (MO)
- ☐ Roli i MO në biznes
- ☐ Karakteristikat e ndryshme të proceseve të operacioneve
- ☐ Aktivitetet e MO
- ☐ Përse është i rëndësishëm MO
- ☐ Përse e studiojmë MO
- ☐ Përgjegjësitë e menaxherëve të operacioneve
- ☐ Evolucionin në kohë të MO
- ☐ Pyetje dhe diskutime

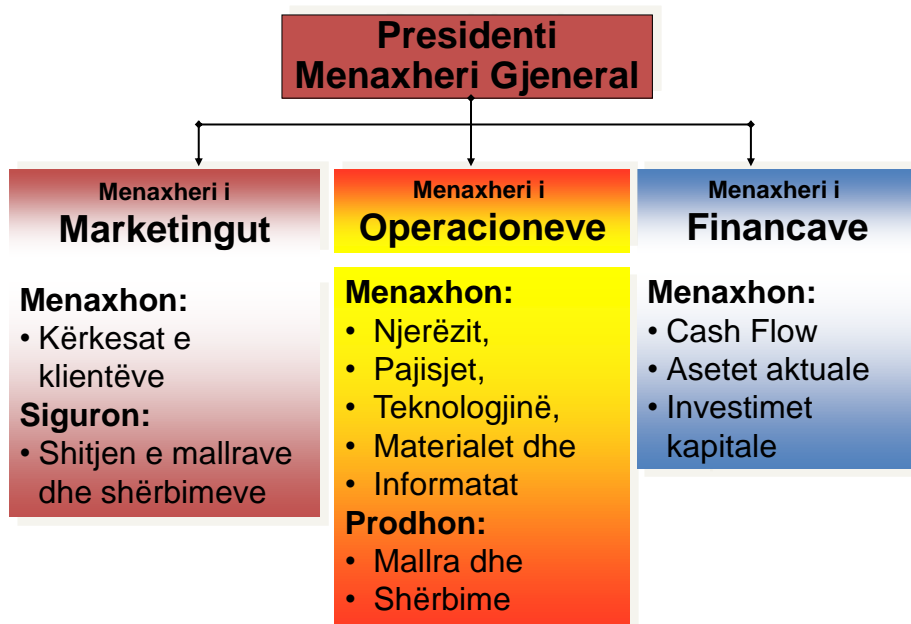
Hyrje

- ❑ **MO është i rëndësishëm.** - Ai lidhet me krijimin e produkteve dhe shërbimeve prej të cilave të gjithë ne jemi të varur. Krijimi i produkteve dhe shërbimeve është arsyeja kryesore e ekzistimit të çdo organizate (e vogël apo e madhe, prodhuese apo shërbyese, fitimprurëse apo jo fitimprurëse).
- ❑ **MO është mjaft nxitës.** - Operacionet përbëjnë qendrën e shumë ndryshimeve në organizatë: klientët, teknologjia, furnizuesit, ligji.
- ❑ **MO përbënë një ndryshim të vazhdueshëm.** - Nxitja e kreativitetit, e cila i lejon që organizatat t'i përgjigjet shumë ndryshimeve, po bëhet detyrë kryesore e MO.

Dr. sc. Bislim Lekiqi

3

Çfarë është Menaxhimi i Operacioneve



Shtimi i vlerës

- Menaxhimi i funksionit të operacioneve në nivelin e duhur, çon organizatën drejt suksesit.
- Suksesi shprehet përmes rritjes së vlerës gjatë procesit të transformimit.

Vlera e shtuar = Vlera Finale – Vlera e Imputeve

Efektiv (*effectivus*) = **dallimi në mes të arriturës dhe të planifikuarës** – [njësi për matjen e arritjes së caktuar (Efekti dhe Kualiteti i arritjes së synimit)]

Eficient = **bërja e punëve më mirë** – [njësi për matjen e ekonomitetit (relacioni: Kostoja – shfrytëzimi)]

- Fikja e qiriut me shampanjë
- Udhëtimi nga A në B



Dr. sc. Bislim Lekiqi

5

Çfarë është menaxhimi i operacioneve

Menaxhimi i Operacioneve (MO) përfaqëson atë funksion të biznesit që:

- ☐ Planifikon,
- ☐ Organizon,
- ☐ Drejton dhe
- ☐ Kontrollon



...

MO përbënë një ndër funksionet kryesore të çdo organizate. Ai përbënë të vetmin mjet nëpërmjet të cilit menaxherët mund të ndikojnë direkt në vlerën që i jepet të gjithë të interesuarve:

- ☐ Klientëve
- ☐ Punonjësve
- ☐ Investitorëve dhe
- ☐ Shoqërisë

Dr. sc. Bislim Lekiqi

7

Roli i Menaxhimit të Operacionit

është të transferoi imputet e kompanisë në produkte dhe shërbime.

Imputet janë:

- ☐ Burimet Njerëzore,
- ☐ Infrastruktura dhe makineria
- ☐ Materialet
- ☐ Teknologjinë
- ☐ Informacionet

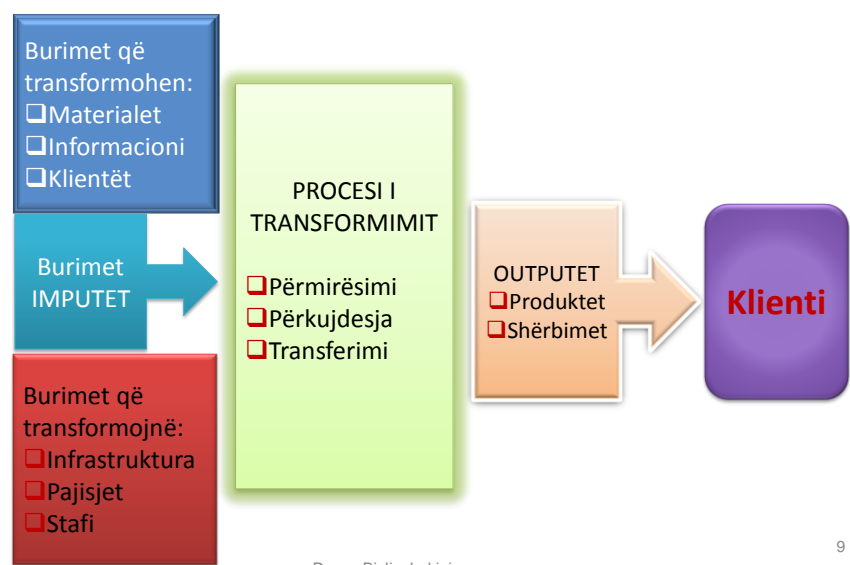


Outputet janë:

- ☐ Mallrat dhe
- ☐ Shërbimet



Proçesi i transformimit



9

Shembull: Restorant

Imputi	Transformimi	Outputi	Feedback	Kontrolla
<input type="checkbox"/> Ushqimi <input type="checkbox"/> Klientët e uritur <input type="checkbox"/> Pajisjet <input type="checkbox"/> Burimet Njerëzore	<input type="checkbox"/> Të gatuarit <input type="checkbox"/> Të shërbyerit	<input type="checkbox"/> Ushqimi i përgatitur <input type="checkbox"/> Klientët e kënaqur	<input type="checkbox"/> Vlerësimet e klientëve <input type="checkbox"/> Mbeturinat e ushqimit	<input type="checkbox"/> Pronari <input type="checkbox"/> Menaxheri i Operacioneve <input type="checkbox"/> Kamerieri kryesor <input type="checkbox"/> Punëtorët

Dr. sc. Bislim Lekiqi

10

Shembull: Fabrika e përpunimit të
lëkurës, gomës dhe plastikës

Imputi	Transformimi	Outputi	Feedback	Kontrolla
<input type="checkbox"/> Lëkura	<input type="checkbox"/> Transformimi fizik i lëkurës	<input type="checkbox"/> Mbathje verore	<input type="checkbox"/> Vlerësimet e klientëve	<input type="checkbox"/> Pronari
<input type="checkbox"/> Goma	<input type="checkbox"/> Transformimi i gomës	<input type="checkbox"/> Mbathje dimërore	<input type="checkbox"/> Mbeturinat e lëndës së parë	<input type="checkbox"/> Menaxheri i operacioneve
<input type="checkbox"/> Plastika	<input type="checkbox"/> Transformimi i plastikës	<input type="checkbox"/> Lodra për fëmijë		<input type="checkbox"/> Menaxheri i linjës
<input type="checkbox"/> Klientët				<input type="checkbox"/> Punëtorët
<input type="checkbox"/> Pajisjet				
<input type="checkbox"/> Burimet Njerëzore				

Dr. sc. Bislim Lekiqi

11

Shembull: Ndërmarrje shërbyese -
Kontabilitet

Imputi	Transformimi	Outputi	Feedback	Kontrolla
<input type="checkbox"/> Informata	<input type="checkbox"/> Përllogaritja	<input type="checkbox"/> Raporti tremujor	<input type="checkbox"/> Vlerësimet e klientëve	<input type="checkbox"/> Pronari
<input type="checkbox"/> Pajisjet	<input type="checkbox"/> Përshtatja sipas rregullave	<input type="checkbox"/> Raporti vjetor	<input type="checkbox"/> Vlerësimi i ATK	<input type="checkbox"/> Menaxheri i operacioneve
<input type="checkbox"/> Klienti		<input type="checkbox"/> Vlerësimi i gjendjes	<input type="checkbox"/> Vlerësimi i Bankës	<input type="checkbox"/> ATK
<input type="checkbox"/> Burimet Njerëzore		<input type="checkbox"/> Sugjerimet		

Dr. sc. Bislim Lekiqi

12

Shembull: Sallon ondulimi - Parukeria

Imputi	Transformimi	Outputi	Feedback	Kontrolla
<input type="checkbox"/> Klienti	<input type="checkbox"/> Larja	<input type="checkbox"/> Frizura e re	<input type="checkbox"/> Vlerësimet e klientëve	<input type="checkbox"/> Pronari
<input type="checkbox"/> Pajisjet	<input type="checkbox"/> Prerja	<input type="checkbox"/> Klienti i kënaqur	<input type="checkbox"/> Rritja/zvogëlimi i nr të klientëve	<input type="checkbox"/> Menaxheri i operacioneve
<input type="checkbox"/> Burimet Njerëzore	<input type="checkbox"/> Ngjyrosja			<input type="checkbox"/> Parukieri

Dr. sc. Bislim Lekiqi

13

Imputet për proceset

Burimet që transformohen:

☐ **Materialet:**

- transformimi i formës fizike - përpunuesit
- ndryshimi i vendndodhjes - shpërndarja
- ndryshimi i zotëruesit – shitja

☐ **Informacioni:**

- Të dhënat faktike - Kontabilistët
- Të dhënat nga faktet dhe hulumtimet - Statisticientët
- Të dhënat të bazuara në mostër - Hulumtuesit
- Ruajtja e informacionit: bibliotekat, arshivat

Dr. sc. Bislim Lekiqi

14

Imputet për proceset 2

☐ Klientët:

- “Përpunimi i klientit”
 - Parukeritë
 - Kirurgët kozmetik
- **Ruajta dhe akomodimi i klientëve**
 - Hotelet, Motelet, Hostelet, kampingjet
- **Transformimi i vendndodhjes:**
 - Linjat ajrore
 - Sistemet e ndryshme të transportit
- **Transformimi i gjendjes fiziologjike:**
 - Institucionet shëndetësore
- **Ndryshimi i gjendjes psikologjike:**
 - Shërbimet e argëtimit
- **Shërbimi i klientëve në bankë**

Dr. sc. Bislim Lekiqi

15

Imputet për proceset 3

Burimet që transformojnë:

☐ Fasilitetet:

- ☐ Ndërtesat,
- ☐ Pajisjet,
- ☐ Teknologjia e procesit të prodhimit

☐ Burimet Njerëzore:

- ☐ Njerëzit që operojnë,
- ☐ Që mirëmbajnë,
- ☐ Planifikojnë dhe
- ☐ Menaxhojnë operacionet

Dr. sc. Bislim Lekiqi

16

Outputet nga proçesi: Produktet dhe Shërbimet

Dallimet:

- ☐ Produktet janë të prekshme, shërbimet jo.
- ☐ Shërbimet shpesh prodhohen dhe konsumohen në të njëjtën kohë dhe nuk mund të ruhen apo të mbahen rezerva.
- ☐ Shërbimet janë shpesh unike.
- ☐ Shërbimet kanë ndërveprim të lartë me klientin.
- ☐ Shërbimet në të shumtën e rasteve bazohen tek njohuritë (shërbimet: e edukimit, shëndetësore, ligjore) dhe për këtë është vështirë të automatizohen.

Dr. sc. Bislim Lekiqi

17

Karakteristikat e Produkteve	Karakteristikat e Shërbimeve
Produkti mund të rishitet	Rishitja e shërbimit e pa zakonshme
Produkti mund të mbahet rezervë	Shumë shërbime nuk mund të ruhen
Disa aspekte të cilësisë janë të matshme	Shumë aspekte të cilësisë janë të pa pamatshme
Shitja është e dallueshme nga prodhimi	Shitja është pjesë e shërbimit
Produkti është i transportueshëm	Dhënësi i shërbimit, jo shërbimi është shpesh i transportueshëm
Vend ndodhja e njësisë së prodhimit është e rëndësishme për koston	Vend ndodhja e njësisë së shërbimit është e rëndësishme për kontaktin me klientin
Është i thjeshtë automatizimi	Është i vështirë automatizimi
Të ardhurat gjenerohen kryesisht nga produkti i prekshëm	Të ardhurat gjenerohen kryesisht nga shërbimi i paprekshëm
Kërkohet harxhim intensiv kapitalit	Kërkohet harxhim intensiv i punës njerëzore
Kohë më e gjatë e përgjigjes ndaj klientit	Kohë më e shkurtër e përgjigjes ndaj klientit

Dr. sc. Bislim Lekiqi

18

Operacione të ndryshme me impute dominuese të ndryshme

Dominon përpunimi i materialit	Dominon përpunimi i informacionit	Dominon "përpunimi" i klientit
Gjithë operacionet e prodhimit	Shërbimi kontabël	Parukeritë e flokëve
Minierat	Zyrat qendrore të bankës	Hotelet
Njësitë e shitjes me pakicë	Kompanitë e kërkimit të tregut	Spitalet
Magazinat	Analistët financiar	Llojet e shpejta të transportit
Shërbimet postare	Shërbimi i lajmeve	Teatrot
Linjat e transportit me kontenjer	Njësia e kërkimit në Universitet	Dentistët
Kompanitë e transportit me kamion	Kompanitë e telekomit	Fizioterapeutët

Dr. sc. Bislim Lekiqi

19

Proceset e operacioneve kanë karakteristika të ndryshme

Ndonëse të gjitha operacionet janë të ngjashme nga fakti se të gjithë transformojnë imputet në outpute – produkte dhe shërbime, ato ndryshojnë në katër dimensionë veçanërisht të rëndësishme:

1. Volumi i outputit të tyre
2. Varieteti i tyre
3. Ndryshimi në kërkesën e outputit të tyre
4. Shkalla e ekspozimit të operacioneve tek klientët

Shembuj:

1. Hamburgeri në McDonald dhe ai në një lokal të vogël kafiterie
2. Taksisti dhe autobusi lokal
3. Hotel në pushimore verore dhe hotel i niveluar
4. Sa aktivitetet të operacionit provojnë klientët (1. interneti ose dyqani apo të dyja, 2. Aeroporti)

Dr. sc. Bislim Lekiqi

20

Ndikimi i katër dimensioneve tek operacionet

Implikimet		Implikimet
<input type="checkbox"/> Përsëritje e ulët <input type="checkbox"/> Çdo anëtar i stafit kryen më shumë punë <input type="checkbox"/> Sistem i pakët i punëve <input type="checkbox"/> Kosto e lartë për njësi	↔ Volumi ↔ I ulët I lartë	<input type="checkbox"/> Përsëritje e lartë <input type="checkbox"/> Specializim <input type="checkbox"/> Sistemim i mirë <input type="checkbox"/> Kapital investiv <input type="checkbox"/> Kosto e ulët për njësi
<input type="checkbox"/> Fleksibilitet <input type="checkbox"/> Kompleksitet <input type="checkbox"/> Përshtatje me kërkesat e klientit	↔ Varieteti ↔ I lartë I ulët	<input type="checkbox"/> I mirë përcaktuar <input type="checkbox"/> Rutinë <input type="checkbox"/> Standardizuar <input type="checkbox"/> Kosto e ulët për njësi <input type="checkbox"/> I rregullt

Dr. sc. Bislim Lekiqi

21

Ndikimi i katër dimensioneve tek operacionet

Implikimet		Implikimet
<input type="checkbox"/> Ndryshim i kapacitetit <input type="checkbox"/> Parashikim i kërkesës <input type="checkbox"/> Fleksibilitet <input type="checkbox"/> Kosto e lartë për njësi	Ndryshimi ↔ ↔ I lartë I ulët	<input type="checkbox"/> Kapacitet i qëndrueshëm <input type="checkbox"/> Rutinë e parashikueshme <input type="checkbox"/> I parashikueshëm <input type="checkbox"/> Shkallë e lartë përdorimi <input type="checkbox"/> Kosto e ulët për njësi
<input type="checkbox"/> Tolerancë e ulët për kohën e pritjes <input type="checkbox"/> Aftësi të kontaktit me klientin nevojitet <input type="checkbox"/> Varieteti që merret është i ulët	Ekspozimi ↔ ↔ I lartë I ulët	<input type="checkbox"/> Distanca kohe ndërmjet përdorimit dhe konsumit <input type="checkbox"/> Standardizuar <input type="checkbox"/> Afat i ulët kontakti <input type="checkbox"/> Shkallë e lartë e ekspozimit të BNJ <input type="checkbox"/> Kosto e ulët për njësi

Dr. sc. Bislim Lekiqi

22

Aktivitetet e MO

- ☐ Njohja e objektivave strategjike të operacioneve (objektivat e performancës së organizatës, cilësia, shpejtësia, siguria, fleksibiliteti dhe kostoja)
- ☐ Formulimi i strategjisë së operacioneve për organizatën.
- ☐ Projektimi i produkteve dhe shërbimeve - përcaktimi i formës fizike dhe përmbajtjes së produktit apo shërbimit
- ☐ Projektimi i procesit të kapacitetit
- ☐ Dislokimi
- ☐ Sistemimi
- ☐ Projektimi i punës
- ☐ Menaxhimi i cilësisë
- ☐ Menaxhimi i zinxhirit të furnizimit
- ☐ Menaxhimi i rezervës
- ☐ Skedulimi afatshkurtër (radha e kryerjes së punëve)

Dr. sc. Bislim Lekiqi

23

Përse Menaxhimi i operacioneve është aq i rëndësishëm?

Sepse të gjitha aktivitetet e MO kontribuojnë në mënyrë të dukshme në suksesin e çdo biznesi apo institucioni duke përdorur me efektivitet burimet për të prodhuar mallra dhe shërbime në një mënyrë që të kënaqë klientët e saj.

Përse Menaxhimi i operacioneve është aq i rëndësishëm? 2

Menaxhimi efektiv i operacioneve siguron 4 lloj avantazhesh:

- ☐ Zvogëlimin e kostos së prodhimit të produkteve dhe shërbimeve.
- ☐ Rritjen e cilësisë → Rritjen e kënaqësisë së konsumatorëve → Rritjen e shitjes → **Rritjen e të ardhurave.**
- ☐ Zvogëlimin e nevojës për investime të paplanifikuara.
- ☐ Rritjen e njohurive të BNJ për operacionet brenda biznesit/ institucionit dhe jashtë tij.

Përse e studiojmë Menaxhimin e Operacioneve?

- ☐ Sepse MO është një prej tre funksioneve kryesore në çdo organizatë dhe institucion (Menaxhimi i Operacioneve + Marketingu + Financat), dhe që të tria duhet të punojnë së bashku.
- ☐ Sepse duam të dimë se si prodhohen produktet dhe shërbimet.
- ☐ Për të kuptuar se çka bëjnë Menaxherët e Operacioneve (menaxher prodhimi, menaxher i rezervave, menaxher i blerjes, menaxher i shpërndarjes, menaxher cilësie, etj.)
- ☐ Sepse Menaxherët e Operacioneve kryejnë funksionet bazë të procesit të menaxhimit.
- ☐ Sepse është pjesë e kushtueshme e organizatës.

Shembull: Kërkohet rritja e kontributit – Fitimit.

	Aktualisht
A Shitjet	100.000€
B Kosto e prod.	-80.000€
C Fitimi bruto =A-B	20.000€
D Kosto fin. fixe	-6.000 €
E Total =C-D	14.000€
Ë Taksë 25% =E x (-25%)	-3.500€
F Kontributi	10.500€

Shembull: Kërkohet rritja e kontributit – Fitimit.

	Aktualisht	Varianti Marketing	Varianti Financa	Varianti Operacione
		Rritje e volumit të shitjes 50%	Reduktim i koston Financiare 50%	Reduktimi i koston së Prodhimit 20%
Shitjet	100.000€			
Kosto e prod.	-80.000€			
Fitimi bruto	20.000			
Kosto fin. fixe	-6.000 €			
Total	14.000€			
Taksë 25%	-3.500€			
Kontributi	10.500€			

Shembull: Kërkohet rritja e kontributit – Fitimit.

		Varianti Marketing	Varianti Financa	Varianti Operacione
	Aktualisht	Rritje e volumit të shitjes 50%	Reduktim i koston Financiare 50%	Reduktimi i koston së Prodhimit 20%
Shitjet	100.000€	150.000€		
Kosto e prod.	-80.000€	-120.000€		
Fitimi bruto	20.000	30.000 €		
Kosto fin. fixe	-6.000 €	-6.000€		
Total	14.000€	24.000€		
Taksë 25%	-3.500€	-6.000€		
Kontributi	10.500€	18.000€ 71%		

Shembull: Kërkohet rritja e kontributit – Fitimit.

		Varianti Marketing	Varianti Financa	Varianti Operacione
	Aktualisht	Rritje e volumit të shitjes 50%	Reduktim i koston Financiare 50%	Reduktimi i koston së Prodhimit 20%
Shitjet	100.000€	150.000€	100.000€	
Kosto e prod.	-80.000€	-120.000€	-80.000€	
Fitimi bruto	20.000	30.000 €	20.000 €	
Kosto fin. fixe	-6.000 €	-6.000€	-3.000€	
Total	14.000€	24.000€	17.000€	
Taksë 25%	-3.500€	-6.000€	-4.250€	
Kontributi	10.500€	18.000€ 71%	12.750€ 21%	

Shembull: Kërkohe rritja e kontributit – Fitimit.

		Varianti Marketing	Varianti Financa	Varianti Operacione
	Aktualisht	Rritje e volumit të shitjes 50%	Reduktim i koston Financiare 50%	Reduktimi i koston së Prodhimit 20%
Shitjet	100.000€	150.000€	100.000€	100.000€
Kosto e prod.	-80.000€	-120.000€	-80.000€	-64.000€
Fitimi bruto	20.000	30.000 €	20.000 €	36.000€
Kosto fin. fixe	-6.000 €	-6.000€	-3.000€	-6.000€
Total	14.000€	24.000€	17.000€	30.000€
Taksë 25%	-3.500€	-6.000€	-4.250€	-7.500€
Kontributi	10.500€	18.000€ 71%	12.750€ 21%	22.500€ 114%

Përgjegjësitë direkte të MO

Varet nga mënyra që organizata ka përcaktuar kufijtë e funksionit të operacioneve. Kryesisht janë:

- ☐ Kuptimi i objektivave strategjike të operacioneve.
- ☐ Zhvillimi i strategjisë së operacioneve të organizatës.
- ☐ Projektimin e produkteve dhe shërbimeve dhe proceseve të operacioneve.
- ☐ Planifikimi dhe kontrolli i operacioneve.

Përgjegjësitë indirekte të MO

- ☐ Informimi i funksioneve tjera në lidhje me aftësitë dhe mundësitë e operacionit.
- ☐ Balancimi i planeve operacionale me planet e funksioneve tjera për përfitime të përbashkëta.
- ☐ Inkurajimi i sugjerimeve të funksioneve tjera për përmirësimin e efektit të funksionit operacional në tërë organizatën.

Dr. sc. Bislim Lekiqi

34

MO: historia e ndryshimeve

- ☐ Rëndësia e menaxhimit të operacioneve:
 - Nga pikëpamja ekonomike
 - Nga pikëpamja shoqërore
 - Nga pikëpamja ekologjike.
- ☐ Zhvillimi historik
 - Fokusi tek efienca
 - Fokusi tek cilësia
 - Konkurrimi nëpërmjet përshtatjes me specifikimet/ dizajnin e klientit
 - Konkurrenca e bazuar në kohë
 - Revolucioni i shërbimit
 - Ndikimet teknologjike dhe globalizimi

Dr. sc. Bislim Lekiqi

35

Fokusi tek efienca

- ❑ Revolucioni industrial (fundi i shek. XVIII- fillimi i shek. XIX
Kalimi nga prodhimi artizanal në prodhimin industrial. Nga
njohuri të përgjithshme për prodhim nga fillimi në fund
- ❑ Henry Ford aplikoi konceptin e ndarjes së punës të Ekonomistit
britanik Adam Smith.
- ❑ Aplikimi i shkencës së menaxhimit nga W. Tayllor (vëzhgimi,
matja dhe stimulimi në punë).
- ❑ Gjatë luftës së II botërore – aplikimi i Kërkimit Operacional
- ❑ Pas luftës SHBA kishte pozicion dominues në prodhim
- ❑ Rritja e tregtisë ndërkombëtare në vitet e 60-ta, rriti theksin në
efiçencë dhe reduktim të kostos – pasoi zhvendosja e
kompanive në shtetet me paga më të ulëta.
- ❑ Aplikimi i teknologjisë së avancuar.

Dr. sc. Bislim Lekiqi

36

...

- Më 1913 Ford Motor, filloi prodhimin në masë të makinave
model T në uzinat e saj “Highland Park” në Miçigan.
- Linjë montimi – makina shkon tek punëtori.



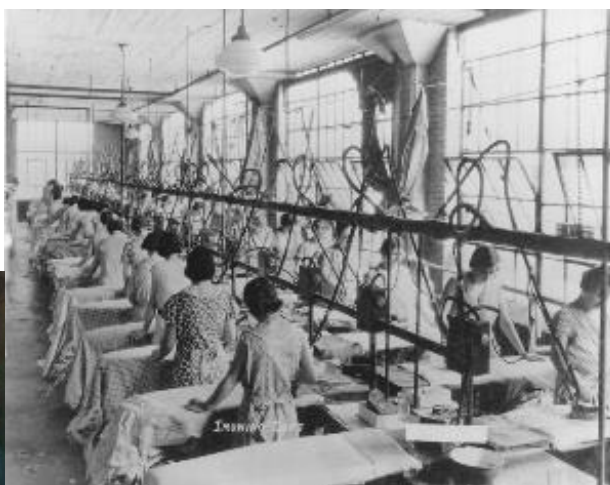
Dr. sc. Bislim Lekiqi

37

Zu ihm zugeschrieben wird der "Fordismus", das heißt, die Produktion von großen Mengen von Autos zu niedrigen Kosten durch die Verwendung des Geräts als "Fließband", die in der Lage, ein Auto alle 98 Minuten zu produzieren war, zzgl. bekannt die hohen Gehälter an seine Arbeitnehmer angeboten - vor allem der Wert von \$ 5 pro Tag, im Jahr 1914 verabschiedet



38



- ☐ Henry Ford aplikoi konceptin e ndarjes së punës të ekonomistit britanik Adam Smith.
- ☐ Aplikimi i shkencës së menaxhimit nga W. Tayllor (vëzhgimi, matja dhe stimulimi në punë).

Dr. sc. Bislim Lekiqi

39

Fokusi te cilësia

Pas luftës së II botërore, W. Edwards Deming dhe Joseph Juran konsultuan ekzekutuesit japonezë.

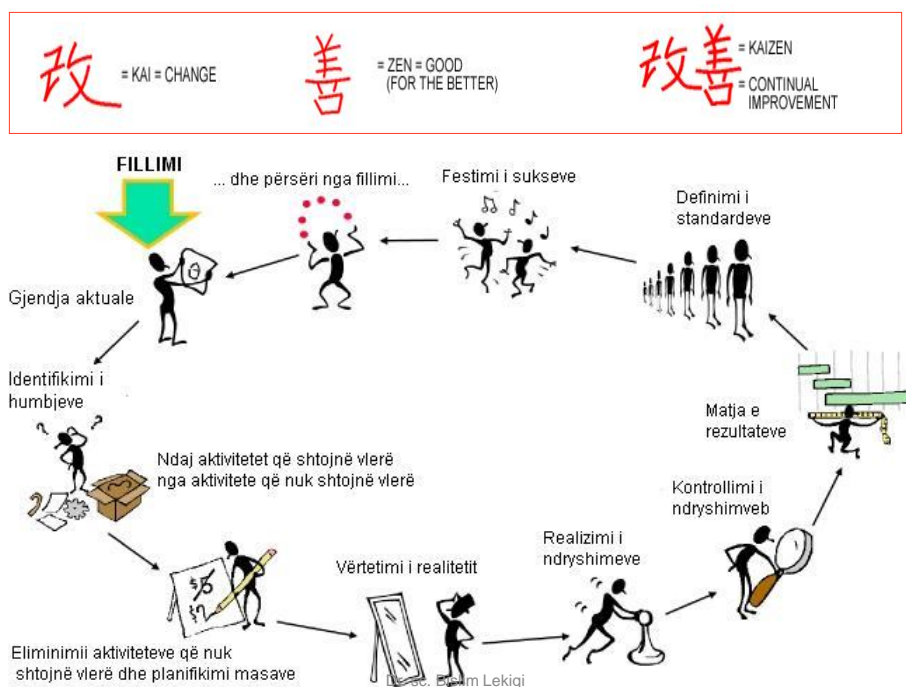
Përmirësimi i vazhdueshëm i cilësisë (Kaizen) do të hapte tregjet botërore dhe do të përmirësonte ekonominë e tyre.

- Trajnimi i të punësuarve
- Mesi i viteve të '70 - Bota kuptoi se mallrat japoneze ishin më cilësor
- Kriza amerikane – zgjidhja:

“nëse Japonia mundet ... Përse ne nuk mundemi?”

Dr. sc. Bislim Lekiqi

40



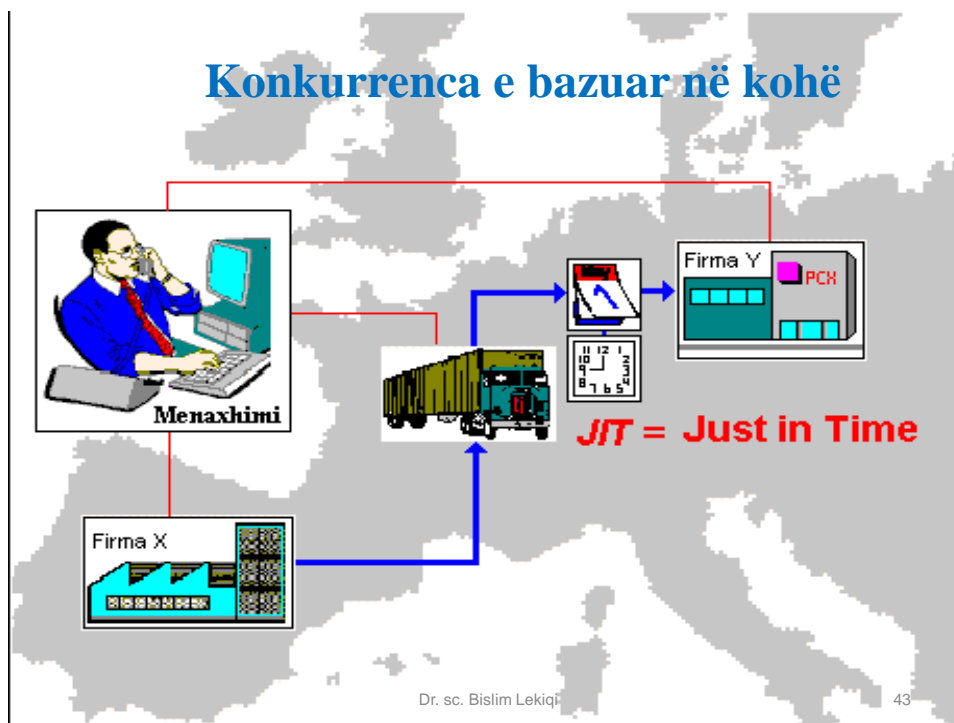
Konkurrimi nëpërmjet përshtatjes me specifikimet dhe dizajnimin e klientit

Meqenëse qëllimet e Kostos së ulët dhe Cilësisë së lartë të produktit ishin kthyer në “**atribute të dhëna**” për të arrit avantazh konkurrues kompanitë u orientuar tek **dizajni** dhe **karakteristikat inovative** - **krijimi i një nevoje të re.**

Përfshirja e novacionit të produktit tek çmimi, cilësia dhe fleksibiliteti kërkon përpjekje të koordinuar ndërmjet të gjitha funksioneve të organizatës.

Dr. sc. Bislim Lekiqi

42



Revolucioni i shërbimit



Dr. sc. Bislim Lekiqi

44

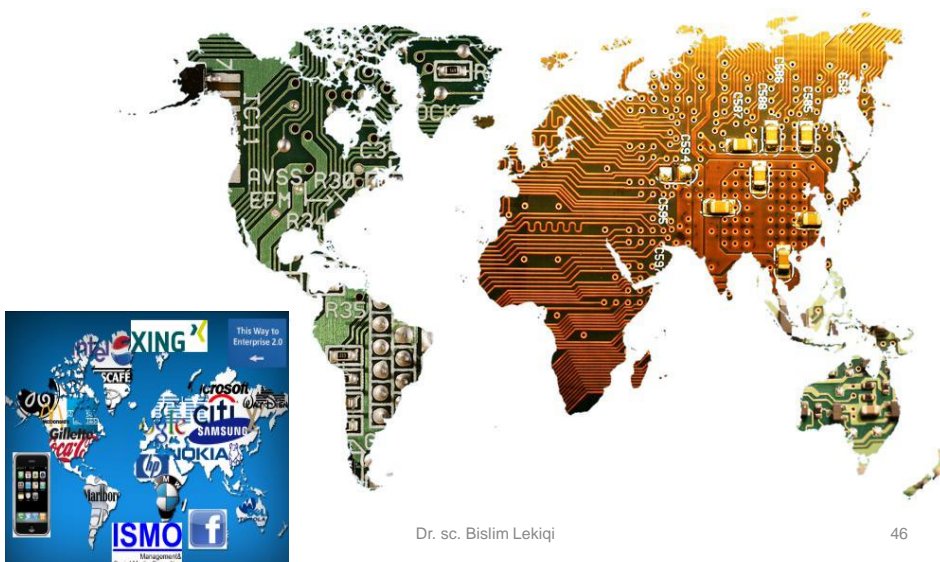
Ndikimet e teknologjisë dhe globalizimit

- ❑ Avancimet në projektimin e prodhimeve dhe shërbimeve
- ❑ Ndryshimi i mënyrës së bërjes biznes
- ❑ Tregjet pa kufi



45

Globalizimi



Dr. sc. Bislim Lekiqi

46

Shembull:

"Sonicare Elite 7000" është prodhuar nga kompania holandeze Philips dhe kompanitë e saj furnizuese në dymbëdhjetë vende të botës dhe në pesë zona kohore, nga rreth 4500 punonjës.

Kjo përfshin, për shembull, 28-vjeçaren **Mary Ann Cole**, e cila punon në uzinat e Integrated Microelectronics Inc, një kompani furnizuese e Philips në **Manila**. Ose **Peter Heindl**, një inxhinier në **Klagenfurt** Philips, i cili drejton një laborator testimi.



Dr. sc. Bislim Lekiqi

47

Shembull:

Atje zhvillohen produktet, sikurse "Sonicare Elite 7000", por edhe produkte të tjera të Philips të cilat mund të **testohen** në kushtet ekstreme - të tilla si në Polin e Veriut apo në shkretëtirë. Ose **Wayne** Millage, i cili në fabrikën e kartonit dhe paketimit Allpak pranë Seattle, në bregun perëndimor të SHBA-ve, zhvillon ide mbi paketimin e "Sonicare Elite 7000".

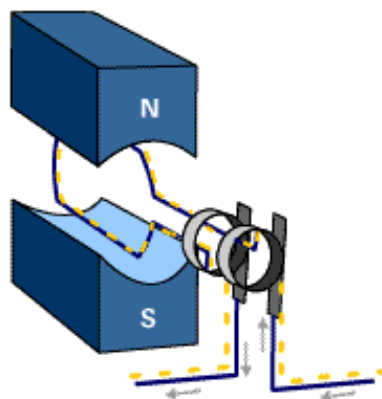


Dr. sc. Bislim Lekiqi

48

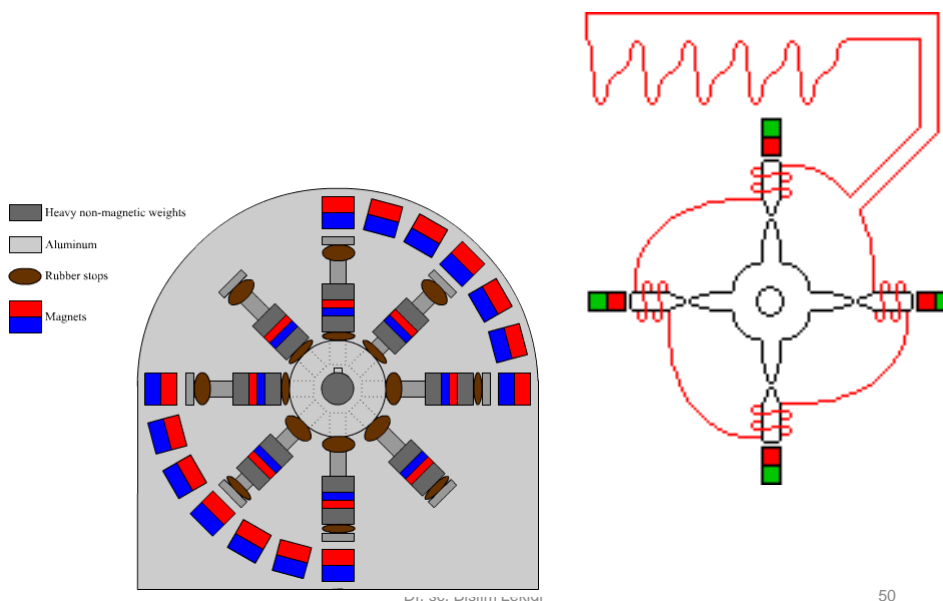
Furqa e dhëmbëve bazohet në një koncept inteligjent.

David Guliani, në firmën e tij Optiva Corp., kishte zbuluar një furqë dhëmbësh elektrike, koka e furqës së të cilës nuk vehej në lëvizje nga një motor elektrik, por nga impulset induktive. Posa të rrjedh rryma në qark, përmes dy fletëve të qelikutah venen në vibrim dy magnet të vegjël, të cilët krijojnë një vibrim prej 30000 lëvizjesh në minut.



Dr. sc. Bislim Lekiqi

49



50

Pas blerjes së "Sonicare Elite 7000", nga Philips, ajo prodhohet nga 38 komponente, të cilat vinë nga vende të ndryshme të botës.

Disa nga pjesët e "Sonicare Elite 7000":

- Pjesët e baterisë (Akku) prodhohen në Japan, Francë dhe Kinë.
- Platina e pa përfunduar vie nga Zhuhai – në juglindje të Kinës.
- Spiralet e bakrit rrjedhin nga qyteti industrial Kinez Shenzhen.
- Komponentet për platinë vinë nga Kuala Lumpur – Malejzi.
- Fletët e qelikut special vien nga Suedia.
- Montimi i pjesëve të plastikës dhe paketimi bëhet në SHBA.

Në momentin e montimit, pjesët kanë kaluar 27880 km. Një vonesë në zingjirin e rritjes së vlerës, mund të jetë fatale.

Çmimi i shitjes për njësi 130 Euro

Pjesëmarrja në treg: 8% e tregut botëror = 20 milion blerës

Konkurenca: „**Waterpik Sonic Speed**“ ose **3D Excel**“ nga Braun

Edhe pse Philips ka një qarkullim prej mbi 30 miliard, edhe ky produkt duhet të sjell fitim.

Dr. sc. Bislim Lekiqi

52

Përmbledhje: Pesë etapat e MO

Fokusimi tek kosto dhe efienca

Fokusimi tek cilësia

Fokusimi tek përshtatja me klientët & dizajni

Fokusi tek koha

Fokusimi tek shërbimet
dhe vlera

...1960.....1970.....1980.....1990.....Shekulli 21

Minimizim i koston.....	Maksimim i vlerës
Prodhim masiv	Përshtatja masive me kërkesat e klientëve
Prodhimi i bazuar tek teknologjia	Teknologji bazuar tek informacioni
Fokusimi tek mallrat	Fokusim tek shërbimet
Tregje lokale	Tregjet globale

Dr. sc. Bislim Lekiqi

53

Pyetje?

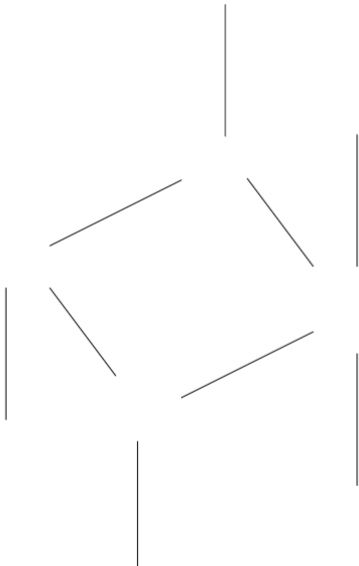
Komente!

Dr. sc. Bislim Lekiqi

54

What do you see?

Çfarë shihni?



Dr. sc. Bislim Lekiqi

55

Ju faleminderit!

Dr. sc. Bislim Lekiqi

56